

DOI: 10.21637/GT.2019.1.04.

## A szubjektív térérzékelés módszertana és felhasználásának lehetőségei a turizmus kutatásban

*Tóth Tímea Zsófia<sup>1</sup>*

**ABSZTRAKT:** A szubjektív térérzékelés módszertana, a kognitív térképezés egy rendkívül izgalmas és sokszínű technika, amelyet kialakulása óta számos tudományterület felhasznált már. A fogalom a huszadik század közepétől jelenik meg a szakirodalomban, mint a behaviorista földrajz egyik legfontosabb módszere. A lényegében pszichológiai alapokkal rendelkező technika a földrajz, az ökológia, az urbanisztika, a regionális gazdaságtan és természetesen a menedzsment különböző területein is fellelhető. A kognitív térképezés és a turizmus elválaszthatatlanok egymástól, hiszen a módszer alapját a világ térbeli rendjének gondolati úton való leképezése jelenti. Ez a gondolati térkép erősen befolyásolja a környezet észlelését, az utazási helyszín kiválasztását, illetve a bejárni kívánt útvonalakat is. A tanulmány a kognitív, illetve mentális térkép fogalomrendszerét és elméleti hátterét ismerteti, valamint sorra veszi a hazai kutatások eredményeit, amelyeket a módszer segítségével végeztek a turizmus területén. Mindezen túl a kutatás a jövőbeli hasznosítási lehetőségekre is kísérletet tesz.

**KULCSSZAVAK:** kognitív térképezés, mentális térképezés, kognitív reprezentáció, turisztikai desztináció

JEL kódok: D91

### Bevezetés

A 21. században a fogyasztók teljes átalakuláson mentek keresztül, nem csak a viselkedésükben, hanem alapvetően gondolkodásukban is. Ennek megismeréséhez és megértéséhez speciális és emberközpontú kutatásokra van szükség, amelynek köszönhetően ismét reneszánszát élik a behaviorista geográfiához kapcsolható szubjektív térérzékeléssel kapcsolatos vizsgálatok. A posztmodern gondolkodás középpontjában az egyén, illetve azok a folyamatok állnak, amelyekben aktívan részt is vesz. A mai világunk fogyasztója szerves részévé kíván válni az információszerzés és a kiválasztás folyamatának. Ez a turizmus területén sincs másképp, hiszen

---

<sup>1</sup> Tóth Tímea Zsófia, Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar, doktorandusz (tothtsofia@gmail.com)

elmondható, hogy a posztmodern turista jól tájékozott, nem választja a tömegtermékeket, valamint a megtervezésben és a programon is aktívan kíván részt venni. Shaw és Williams ezt úgy fogalmazza meg, hogy az ipuszturialis társadalom turistája „bámul”, a posztipuszturialis társadalom turistája pedig részt vesz (Shaw–Williams, 2004). A tömegturizmus elutasításra kerül, az egyéni szervezett utak és az egyénre szabható szolgáltatások kerülnek előtérbe. A szabadidős és nem szabadidős tevékenységek már nem határolódnak el mereven egymástól, kialakul a heterogén kereslet, a középpontba pedig nem az ár, hanem az egyediség és a minőség keresése kerül (Árva–Deli-Gray, 2011). Mindezeket felsorakoztatva jutunk el ahhoz a megállapításhoz, hogy olyan átfogó vizsgálatra van szükség a turizmus területén, ahol az egyén és az egyedi igények válnak hangsúlyossá. Ennek felméréséhez egy olyan irányzathoz kell visszanyúlni, amely ötvözi a geográfia és a pszichológia tudományterületét; ez pedig nem más, mint a behaviorista geográfia. A tanulmány az irányzat bemutatásán túl, a kognitív, illetve mentális térkép fogalomrendszerét és elméleti hátterét kívánja ismertetni, valamint sorra veszi a hazai kutatások eredményeit, amelyeket a módszer segítségével végeztek a turizmus területén.

### **A behaviorista geográfia**

Az 1960-as évektől nyert térhódítást a behaviorista geográfia, amelynek első jeles képviselője az amerikai származású Kevin Lynch volt. A klaszikus földrajzi irányzatokhoz képest merőben újat mutató ágazat, a hagyományos térfelfogással szemben a társadalom által érzékelt teret helyezte a középpontba (Lynch, 1960). Az irányzatok közti különbség a tér meghatározásában rejlik, hiszen a hagyományos értelmezésben egy adott hosszabb-rövidebb ideig állandó környezetről beszélnek, míg az új irányzatban egy dinamikus, változatos és személyenként eltérő tudati képződményként definiálják a teret. Az alapvető feltevésük nem más, mint hogy az emberek viselkedését nem a tér objektív szerkezete, hanem annak az észlelés során keletkezett szubjektív képzete határozza meg (Kiss–Bajmócy, 1996; Bajmócy–Csíkos, 1997). Korábbi társadalomtudományi kutatások közül kiemelhető Malinowsky kulturális antropológus vizsgálata, amely már 1922-ben is arra volt kíváncsi, hogy hogyan épül fel a nyugat-csendes-óceáni térség és a Trobriand-szigetek közti kereskedelmi lánc. A szigetlakók a közvetlenül szomszédos szigeteket tartották közelinek és ez

hatással volt a kereskedelmi kapcsolatainak alakulására is. Ebben a munkában még nem esik szó kognitív térképezésről, de a térhasználattal kapcsolatos megállapításai már úttörőnek számítottak.

Maga az irányzat nagyobb hangsúlyt fektet a viselkedési folyamatok térbeli jellemzőire: az érzékelésre, a tanulásra és a térhez köthető mentális folyamatokra, valamint a jelenségek miértjeire, a mozgások okaira keresi a választ (Golledge, 2006). A behaviorista geográfia alapját az a folyamatértelmezés jelenti, amely a dinamikusan változó valóságot és a hozzá kapcsolható emberi viszonyt vizsgálja. Ez a fordulat az 1970-es évekre tehető, amikor az irányzat képviselői új teóriák és módszerek felé fordultak, annak érdekében, hogy értelmezhetővé és vizsgálhatóvá tegyék az objektív valóságot az egyén szempontjából. Középpontba került az egyének viselkedése, annak leképeződése, valamint a külső információk kódolása és azok hosszú távú tárolása is.

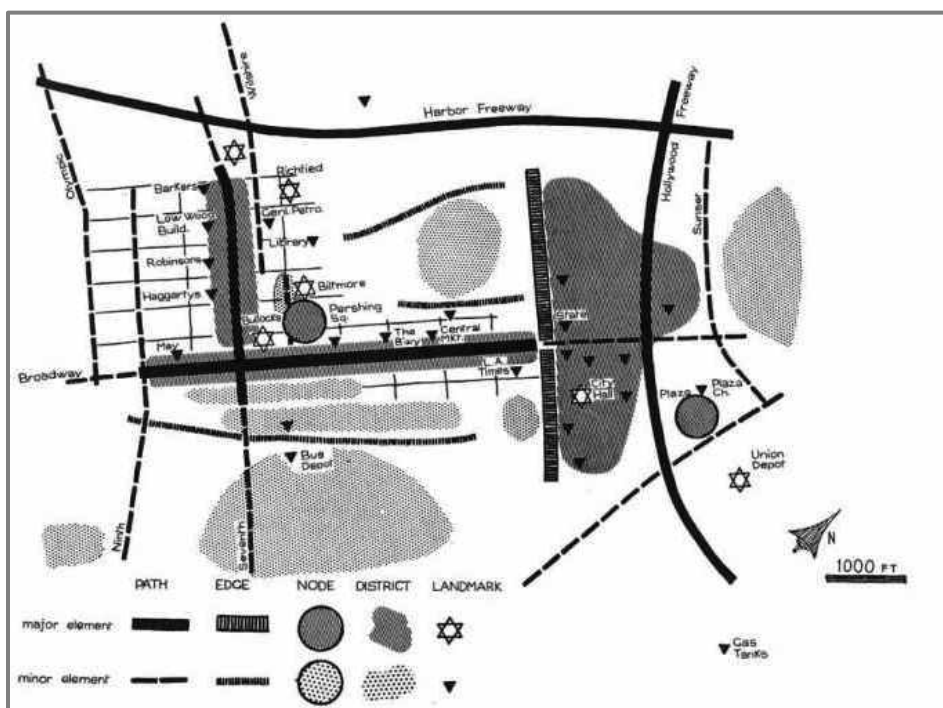
Összességében elmondható, hogy a behaviorista geográfia az egyént állítja a középpontba, nem csoportokban gondolkodik, hiszen a társadalom viselkedése az egyének viselkedéséből tevődik össze. A humanista földrajzhoz hasonlóan legtöbbször kvalitatív módszerekkel történik a vizsgálat, amelyek interjúkat, megfigyeléseket és visszaemlékezéseket is tartalmaznak (Golledge, 2006).

## Az irányzat módszertana

Az Amerikai Földrajzi Társaság éves gyűlésén már 1965-ben az egyik szekció *A környezetészlelés és a magatartás* nevet viselte. Ezen a fórumon olyan új fogalmak láttak napvilágot, mint a mentális térkép, a térbeli magatartás, valamint az objektív és szubjektív tér problémája (Sipos, 2011). Érezhető, hogy óriási változáson ment keresztül ezekben az évtizedekben a földrajztudomány, hiszen szakítottak a hagyományosnak mondható térszemlélettel, amelynek egyik bizonyítéka a földrajztudomány és a pszichológia tudományterület fúziójából létrehozott *Image and Environments* című írás. A Roger Downs és David Stea tollából származó tudományos mű maximálisan alátámasztja a kognitív térképezés interdiszciplináris jellegét. A behaviorista forradalom azokra a fejekben lévő képzeteknek a vizsgálatára irányította a figyelmet, amelyek valóban meghatározzák az egyén és a társadalmi csoportok térbeli cselekedeteit.

A kutatások alapvető módszertana a mentális térképek vizsgálata, amely tökéletes lenyomatot ad a valós tér szubjektív leképezéséről (Cséfalvay, 1990). Az ilyen jellegű kutatások mindig módszertani kihívásokkal küzdenek, amelynek legfontosabb eleme, hogy miként kerülnek előhívásra ezek a kognitív elemek és folyamatok. A tudati képet befolyásoló tényezők is fontos szerepet kapnak a térképek lehívásakor, hiszen az egyén személyisége és a mentális térképek között szoros kapcsolat van (Gould, 1975). Ez alapján Gould két csoportra osztotta a társadalmat: az egyik a felfedező, kutató embertípus, a másik, aki megelégszik a szűkebb környezet megismerésével is. Ebből adódóan a *space searchers* vagyis a kutató típus sokkal pontosabb és részletesebb képet tud adni a körülötte lévő világról, mint a beszűkült élettérrel rendelkező társaik. A külvilágról alkotott képre tehát hatással van az egyén személyisége, életkora, társadalmi helyzete és foglalkozása is. A kognitív térképek éppen ezért napról-napra változnak, fokozatosan alakulnak ki. Tartalmuk egyénenként különbözhet, de főként az egy társadalmi csoportokhoz tartozó egyéneknél hasonlóságot is mutatnak (Garda, 2009). Pontosan ezen tulajdonsága miatt alkalmazható a változások nyomon követésére, amely a mai dinamikusan változó világunkban egy rendkívül fontos szempont.

A módszertan alapjait Kevin Lynch: *The Image of the City* című írása jelenti, ahol három amerikai városról Bostonról, Los Angelesről és Jersey City-ről készültek kognitív térképek, rajzolás útján. Az író vezette be a mentális térkép fogalmát, amely bár szoros kapcsolatban áll a kognitív térképezéssel, célszerű őket elkülöníteni egymástól. A vizsgálat alapját a városok szerkezete és a mentális térképek közötti kapcsolat jelentette, ahol arra a kérdésre kereste a választ, hogy az egyes városok struktúrája mennyire befolyásolja azok olvashatóságát, modellezhetőségét (Lynch, 1960). A rajzos módszer által Lynch öt fő kategóriát különböztetett meg, amelyek fontos szerepet töltenek be a mentális térképeken: 1) *utak, úthálózatok, útvonalak*, 2) *törés-határvonalak*, 3) *csomópontok*, 4) *területek, övezetek*, 5) *iránypontok, tájékoztató pontok*. Ezek a kategóriák maximálisan kivehetőek a Los Angelesről készült mentális térképen is (1. ábra), valamint már a hazai szakirodalomban Cséfalvay Zoltán: *Térképek a fejükben*, illetve Letenyei László: *Településkutatás* című munkáiban is szerepelnek.



1. ábra: Los Angeles rajzolt mentális térképe

Forrás: Lynch (1960)

### A kognitív és mentális térképek

A kognitív és mentális térképek, mint a behaviorista geográfia alapvető módszertana számos szakirodalmi írásban egymás szinonimájaként szerepel, azonban a tanulmány egyik célja a két fogalom közti különbség feltárása. Az emberek tágabb környezetéről alkotott képét már az 1960-as évek előtt is tanulmányozták (Gulliver, 1908; Trowbridge, 1913), valamint Tolman már 1948-ban használta a kognitív térkép kifejezést. Mindezek ellenére a módszertan alpművének a korábban már említett *Kevin Lynch: The Image of the City* című munkáját tekintik. A kognitív térkép fogalmi meghatározásakor Lynch (1960) és Milgram (1972) olyan belső képekről beszélnek, amelyeket az egyén alakít ki egy adott helyszínről. Downs és Stea (1977) nézete szerint a kognitív térképezés nem más, mint egy olyan absztrakció, amely magába foglalja azokat a kognitív, illetve mentális képességeket, amelyek segítségével összegyűjtjük, rendezzük, tároljuk, valamint felidézzük, vagy akár manipuláljuk a körülöttünk lévő térre vonatkozó információkat. A kognitív térképezést egy pszichológiai

folyamatként is leírhatjuk (Rácz, 2012), amelynek eredményeképpen kialakul egy sajátos kép, a kognitív térkép, amely olyan tudati képződményként jelenik meg, ami térképi elemekből és a hozzá kapcsolható szubjektív képzetektől áll. A mentális térkép fogalmát (Kiss, 2005) szorosan kapcsolhatjuk a kognitív térképhez, azonban az csupán az egyén kognitív térképének adott eszközökkel megjelenített része. A kognitív térkép tehát nem nevezhető mentális térképnek, csupán egy mentális képnek, amelynek különböző módszerekkel való megjelenítésének eredménye lesz a mentális térkép (Rácz, 2012).

Összegezve tehát elmondható, hogy a kognitív térképezés egy adott személyben lejátszódó komplex pszichológiai folyamat, amely a külvilágtól az egyén felé irányul és egyértelműen egy raktározó műveletként írható le. A mentális térképezés természetesen a kognitív térképezésen alapul, hiszen annak előhívását jelenti adott eszközökkel. A módszer alapvetően kartográfiai elemekre épít, de számos előhívási technika közül választhatunk a vizsgálat során. Megjelenítési formákat tekintve négy kategóriát különböztethetünk meg a mentális térképekből (Didelon et al., 2011): *kognitív térkép*, *vázlatos térkép*, *magyarázó térkép* és *klasszikus mentális térkép*. Kognitív térképen Didelon a tér újra értelmezését érti, ahol a térképek a térelemek szelekciójából jönnek létre, amelyeket az egyén individuális jellemzői formálnak. A vázlatos térkép során általában egy üres papírra készül az adatfelvétel, ahol egy specifikus tér feltárására irányul a vizsgálat. Itt alapvetően az útvonalakra, illetve a térbeli pozicionálásra helyezik a hangsúlyt. Ennél a módszernél a kutatást gyakran erősítik statisztikai modellekkel, amelyek segítik az adatok értelmezését. A magyarázó térképek felvétele során egy preferenciavizsgálat zajlik, amelyek az érzékelt térre irányulnak, illetve egy adott pontot kell megjelölni egy kész térképen. Ennek a kutatásnak lényegesen egyszerűbb a kiértékelése, hiszen a módszernek köszönhetően könnyebben megkülönböztethető a vélt és valós tér. A klasszikus mentális térkép, a megkérdezett térrel kapcsolatos tudására, illetve véleményére kíváncsi kérdőíves szerkezetben (Didelon et al., 2011).

### ***Az adatok felvétele a térképeken túl***

Egy másik elterjedt eljárás a kognitív térképek felderítésére, amikor megadott objektumokat, illetve területegységeket kell megfelelő szempontok szerint sorba rendezni. A módszertan, az úgynevezett rang-módszer *Peter Gould* nevéhez fűződik, amelyben a kutató maga sorolja fel azokat az ob-

jektumokat, amely vizsgálatának tárgyát képezik és ezeket kell a résztvevőknek megadott tulajdonságok szerint rendezni. A válaszadást segítő kérdések általában a szimpátiára, népszerűsége támaszkodnak, például: „Milyen szívesen élne hosszabb időn keresztül az alábbi országokban?, Milyen szívesen töltené szabadságát az alább felsorolt országokban, ha anyagiak nem korlátoznák döntésében?”. A válaszok alapján pedig a kutató készíti el a megfelelő térképeket. Ilyen vizsgálat volt *Peter Gould és Rodney White* kutatása, ahol amerikai egyetemistákat kérdeztek az országukhoz köthető sztereotípiákról, területi különbségekről, amelyek alapvetően befolyásolják a mindennapi közlekedést, útvonalak választását, lakóhelyek kiválasztását, vagy akár magát a turizmust is (Gould–White, 1974).

Hazánkban már az 1990-es évek közepétől végeznek a kognitív térképezés előhívására irányuló kutatásokat. A módszertani alapokat *Letenyei László* fektette le *Településkutatás* című munkájában, amely hatalmas segítséget jelent a témával mélyebben foglalkozó kutatók számára a vizsgálat megtervezése, lebonyolítása és kiértékelése során. Tudományos munkájából kiderül (Letenyei, 2006), hogy a kognitív térképeket az alábbi módszerekkel hívhatjuk elő:

- tisztán kvantitatív jellegű adatfelvétel;
- tisztán kvalitatív, nem rajzolható adatgyűjtés és feldolgozás;
- szabad térképrajzoltatáson alapuló adatfelvételek;
- standardításra törekvő térképrajzoltatás;
- kész (tér)képekből kiinduló adatfelvételek.

Az adatfelvétel sokszínűségén túl a vizsgálatok léptéke is rendkívül széles spektrumon mozoghat (Gold, 2009), hiszen a kutatás tárgya lehet egy település, egy ország, egy kontinens, vagy akár az egész világ. Nyilvánvalóan minél kisebb léptékű a kutatás, annál pontosabb képet ad az adott területről. Hasonlóan széles spektrumú lehet a módszertan felhasználása is, hiszen – a településkutatók mellett – fókuszálhat a határ mentiségre, egy-egy városra, egyes régiók, országok imázsának vizsgálatára, de léteznek egyéb fogyasztó központú marketing megközelítések is (pld. üzletválasztás). Ha tisztán a turizmus területére koncentrálunk, akkor kiemelt jelentőséget kap az adott település imázsa, a valóság és a sztereotípiák összehasonlítása is. Ezek mind olyan vizsgálatok, amelyben segítségünkre lehet a helyi lakosság és a turisták által tárolt városkép előhívása (Cséfalvay–Fischer, 1990).



## A módszer alkalmazásának lehetőségei a turizmus területén

A módszertani alapokat megvizsgálva kijelenthetjük, hogy a kognitív térképek vizsgálata abszolút alkalmas annak feltárására, hogy melyek egy adott régió, terület főbb ismertetőjegyei, melyek a legismertebb területei, illetve milyen eltéréseket mutatnak az adatok a társadalom különböző csoportjait vizsgálva (hol élnek, milyen korúak a válaszadók). Ez turizmusfejlesztési szempontból napjainkban még nagyobb hangsúlyt kap, hiszen a szakemberek folyamatosan arra törekednek, hogy az adott desztináció megfelelő határokkal, lehatárolással rendelkezzen, illetve egységes, megfogható, a külföldiek által is jól azonosítható arculatot alakítsanak ki az egyes régióknak, városoknak, kiemelt turisztikai területeknek. A módszertan alkalmazása során azok a kutatások kerülnek bemutatásra, amelyeket hazai szerzők készítettek és valamilyen módon a turizmus tudományterületéhez kapcsolhatóak.

A módszertant imázsvizsgálatra először a Kiss és Bajmócy (1996) szerzőpáros alkalmazta, ahol a Magyarországról kialakult képet elemezték. A kutatást a József Attila Tudományegyetem hallgatói között végezték, akiknek a kiadott feladat alapján egy térképvázlaton kellett 10 perc alatt annyi földrajzi helyet megjelölni amennyi csak eszükbe jutott országunkról. A vizsgálat eredményeképpen kiderült, hogy a hallgatók országképe egyértelműen differenciált, érezhető egy dinamikus Északnyugat-Magyarország, egy átmeneti úgymond átlagos zóna, valamint egy leszakadó Északkelet-Magyarország (Kiss–Bajmócy, 1996). A kutatáson felbuzdulva 1997-ben egy hasonló módszertanra épített vizsgálat látott napvilágot, ahol európai országokról kellett véleményt alkotni a válaszadóknak (Bajmócy–Csíkos, 1997). A kutatásban résztvevőknek 28 európai országot kellett rang-módszerrel sorba rendezni adott kérdések mentén (pld.: Milyen szívesen élne hosszabb időn keresztül az alábbi országokban? Válassza ki azt a hatot, ahol a legszívesebben, illetve ahol a legkevésbé szívesebben élne!). Itt egyértelműen egy-egy ország népszerűségére irányult a vizsgálat, amelyet összevetettek egy korábban készített attitűdvizsgálattal (Csapó–Czachesz, 1995). A két kutatás alapján elmondhatjuk, hogy az egyetemisták véleménye nem sokban különbözött a középiskolásokétól, hiszen mindkét esetben Svájc, Németország és Franciaország végzett az első között. Ez arra utal, hogy az alap- és középfokú oktatásban eltöltött évek alapvetően meghatározzák az adott országokkal szembeni attitűdöket (Bajmócy–Csíkos, 1997).



Adott országra irányult Michalkó Gábor mentális térképvizsgálata is. Kutatásában érettségi előtt álló fiatalokat kérdezett meg a bennük élő Olaszország képpel kapcsolatban. A válaszadóknak egy Olaszország kontúrtérképen kellett a lehető legtöbb földrajzi nevet bejelölniük.



2. ábra: Olaszország legfontosabb térképi elemei a magyar középiskolások fejében

Forrás: Michalkó (1998)

A vizsgálat alapján kiderült, hogy azok a tanulók, akik már egy rövidebb időt eltöltöttek az országban azoknak a mentális térképéhez jobban tapadnak a szubjektív értékítéletek, ez a jelölések számában is mérhető

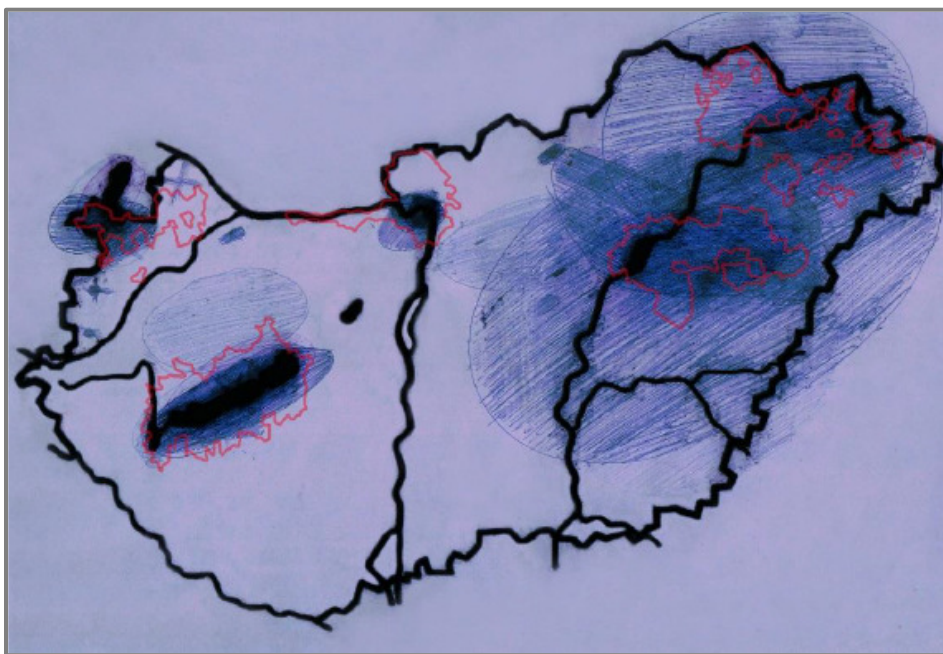
volt. Azok, akik már jártak az országban 9,9, míg, akik még nem csupán 8,5 földrajzi nevet tudtak megjelölni, ezt reprezentálja a 2. ábra is. Vele, mint a leglátogatottabb turisztikai hely 2/3-os jelölési aránnyal szerepelt a kutatásban, ez is alátámasztja azt a megállapítást, miszerint a turizmus elősegíti a meglévő tudattartalom térképi elemeinek rögzítését egy adott országról (Michalkó, 1998).

A kétezres évekből három kutatás kerül kiemelésre a turisztikai vonatkozásokat figyelembe véve. Az első egy szabad térképrajzoltatáson, valamint rang-módszeren is alapuló Európa vizsgálat. A kutatásban résztvevő főiskolai hallgatóknak egy üres lapon kellett lerajzolniuk Európát. Nem csak a kontinenst, hanem az azon található országokat is fel kellett tüntetniük országhatárral és az országok megnevezésével együtt. Az emlékezetből készített térképekből kiderült, hogy a hallgatóknak egyáltalán nincs egy egységes Európa képük, hiszen egyes esetekben egész Skandinávia hiányzott a térképről, illetve erősen érezhető volt Kelet-Európa hiányos ismerete is. Dél-Európa nyugati része, illetve Nyugat-Európa azonban sokszor hangsúlyosan szerepel és egyértelműen körülhatárolható a rajzokon. Ez a szerző szerint a jellegzetes földrajzi elhelyezkedésüknek köszönhető, illetve a „jó helyekről” alakulhatnak ki határozott térbeli képzetek, ezek orientálják a térbeli cselekvéseket és választásokat. Így a térképek elemzésekor az említési arányok és pontosság vizsgálata által információkat kapunk arról, hogy miként értékelik tudatukban Európa országait a vizsgálatban résztvevő hallgatók (Barna, 2004).

A második kiemelt kutatás középpontjában egy turisztikailag frekvenciát magyarszági város, Pécs állt. A tanulmány keretében a város fiatal lakóinak térélményeire fókuszáltak, akik életmódjukból és korukból adódóan változatos és igen rugalmas térpályákat járnak be. Ez az a társadalmi csoport, amelynek véleménye megkerülhetetlen a városi fejlesztési folyamatok során, hiszen amit hosszú távra terveznek a város életében, az e felnövekvő generáció és természetesen az ide látogatók használatába kerül majd a későbbiekben. A térképek elemzése során a rendszer- és struktúraváltás hatására végbement városszerkezeti átalakulás térbeli-társadalmi leképeződései kerültek feldolgozásra és bemutatásra. A vizsgálat során szabad kézzel térképes formában kellett ábrázolni a szabadidő eltöltésének és a városban használt tereknek a helyszíneit, valamint félig irányított nyitott kérdések megválaszolására került sor. A kérdések Pécs ismert tereire, városrészeire, valamint a városban található kulturális programokra, a szabadidő eltöltésének lehetőségeire irányultak. A térképek

alapján megállapításra került, hogy a városközpont szerepének és funkciójának változása, illetve az új fogyasztási központok kialakítása nem eredményezte a belváros leértékelődését. Az ábrázolásokból egyértelműen kiderült, hogy Pécs történelmi központja jelenti a „város” fogalmát az itt lakók számára, ez a változó funkciójú centrum elsősorban a kulturális és vendéglátó-ipari kínálatával, valamint nyitott tereivel vállal aktív szerepet a város élhetőbbé tételében (Trócsányi–Stefán, 2009).

Az országok és városok vizsgálata mellett a korábban már említett határok és lehatárolás is fontos szerepet kap a turizmus területén, leginkább azon szakemberek számára meghatározó jelentőségű ez, akik a turisztikai desztinációk fejlesztésével foglalkoznak. A korábban már említett egységes arculat és imázs létrehozásához elengedhetetlenül szükséges az egyes területek jó lehatárolása.



**3. ábra: Mentális és tényleges térkép a kiemelt turisztikai fejlesztési térségekről**

*Forrás: Jóvér et al (2019)*

A 2019-es próbakutatás a jelenleg hatályos turisztikai fejlesztési egységek ismertségére és beazonosíthatóságára tesz kísérletet (Jóvér et al. 2019). A kismintás felmérésben kész térképen alapuló lekérdezésre került

sor, ahol a vízfelületek, illetve az országhatár jelölésre került. A válaszadóknak az újonnan lehatárolt turisztikai desztinációkat kellett megjelölniük, ezek a későbbiekben digitalizálásra kerültek, majd egymásra illesztve egy jól értelmezhető térképet alkottak. A 3. ábrán a kutatás eredményei láthatóak, amelyen szerepel az adott desztináció valóságban lehatárolt területe is.

A válaszadók a Dunakanyar és a Balaton térségét magabiztosan tüntették fel, bizonytalanság az összetett turisztikai területek kapcsán volt fellelhető. A Tokaj–Felső-Tisza–Nyírség, valamint a Debrecen–Hajdúszoboszló–Hortobágy–Tisza-tó esetében volt érezhető az, hogy megkérdőjelezhető a területek valóban egy egységként való kezelése. A vizsgálat során szembetűnő volt az országhatáron túlnyúló gondolkodás megjelenése, ez a Sopron–Fertő térség területén egyértelmű volt. A kutatás felteszi azt a kérdést is, hogy valóban lehet-e ezeket a területeket kizárólag országhatáron belül, az adott tájegységtől leválasztva kezelni, vagy célszerűbb lenne a határokon átívelő turisztikai termékfejlesztés erősítése, esetleges megvalósítása. A hatékonyabb termék és márkáépítés szempontjából megfontolandóak és igazán relevánsak ezek a kérdések (Jóvér et al. 2019).

A módszertannal készült magyar szerzők által készített kutatások részletes eredményeinek bemutatására jelen tanulmány nem vállalkozik. A mentális térképek rendkívül sokrétű felhasználását a kiemelt példák is alátámasztották, azonban a turizmus szempontjából kiemelhető vizsgálatok egy táblázat formájában is összefoglalásra kerülnek (1. táblázat), a felhasznált előhívási technika feltüntetésével.

**1. táblázat: A kognitív térképezés módszerének alkalmazása a turizmus területén**

Kutatás megnevezése	Kutatók	Publikáció éve	Vizsgálat tárgya	Előhívás módszere
Általános és középiskolás fiatalok multikulturális attitűdjei Európa országairól	Csapó Benő Czachesz Erzsébet	1995	Európa pozitív és negatív területeinek vizsgálata	kvantitatív rang-módszer
Egyetemi hallgatók mentális térképei Magyarországról	Kiss János Bajmócy Péter	1996	Magyarországról kialakult kép elemzése	kvantitatív rang-módszer
Európai országok népszerűsége egyetemi hallgatók körében	Bajmócy Péter Csíkos Csaba	1997	Európa pozitív és negatív területeinek vizsgálata	kvantitatív rang-módszer
A magyar középiskolások Olaszország képe	Michalkó Gábor	1998	Olaszországról kialakult kép elemzése	standardításra törekvő térképrajzoltatás
A 14-16 éves tanulók hazánk szomszéd országairól (Ausztria, Szlovákia, Ukrajna, Románia, Szerbia, Horvátország, Szlovénia)	Lakotár Katalin	2004	Magyarország szomszédos országaink vizsgálata	standardításra törekvő térképrajzoltatás
Főiskolai hallgatók Európa-kép vizsgálata	Barna Béla	2004	Európa pozitív és negatív területeinek vizsgálata	szabad térképrajzoltatás és kvantitatív, rang-módszer
A pécsi fiatalok városképe és reprezentációja mentális térképek alapján	Trócsányi András Stefán Klára	2009	Pécs város használt, ismert tereinek vizsgálata, minőségi helyek feltérképezése (szabadidő, kulturális programok)	szabad térképrajzoltatás és tisztán kvalitatív, nem rajzolható módszer
Dunaújváros, (tér)kép a fejekben	Bálint Dóra	2013	Dunaújvárosról kialakított külső és belső attitűd vizsgálata	szabad térképrajzoltatás és tisztán kvalitatív, nem rajzolható módszer
Desztinációk ismertségének vizsgálata a lehatárolás összefüggéseiben	Jóvér Vanda Bagdi Róbert Kóródi Márta	2019	Turisztikai desztinációkról kialakított kép a lehatárolás és beazonosíthatóság szempontjából	standardításra törekvő térképrajzoltatás

Forrás: saját szerkesztés

## Összegzés

A tanulmány által bemutatott módszertan a térképészet, a szociológia, és a pszichológia sajátos ötvözetét tárja elénk. A lényegében pszichológiai alapokkal rendelkező technika a földrajz, az ökológia, az urbanisztika, a regionális gazdaságtan és természetesen a menedzsment különböző területein is fellelhető, hiszen a behaviorista nézetek szerint az emberek viselkedését és cselekedeteit a tér objektív szerkezete helyett, annak szubjektív érzékelése határozza meg, így a külvilágnak a tapasztalatok alapján történő egyéni leképezése a „kognitív térképezés” elnevezést kapta (Cséfalvay, 1990). Ez az egyéni véleménnyel és gyakran sztereotípiákkal is felruházott térképezési módszer döntően kartográfiai elemekre épül (helyek, irányok), azonban már hordozza a tudati többlettartalmat is, amely alapvetően befolyásolja az egyén viselkedését. A kognitív és mentális térkép fogalomrendszerére a szakirodalom számtalan nézőpontot felsorakoztat az olvasó számára, azonban ezek élesen különböznek egymástól, hiszen különböző folyamatokat írnak le.

A kognitív folyamatok reprezentálására használt mentális térképek segítségével, számos területről lelapogathatunk olyan egyedi információkat, amelyeket más módszerekkel lehetetlen lenne. Ezért ez a metodika maximálisan alkalmazható adott helység vagy város kapcsolati hálójának elemzésére, a helyi identitás vizsgálatára, a pozitív és negatív területek elkülönítésére (legyen szó városról, országról vagy kontinensről), az adott helyszín imázsvizsgálatára (városmarketing, régiómarketing), illetve a sztereotípiák és a valóság összevetésére is. A módszertan interdiszciplináris jellege miatt egészen egyedi kutatásokat hozhatunk létre a pedagógia (földrajzoktatás, tananyagfejlesztés) vagy akár a művészetek (filmturizmus) fúziójával. Egyes kutatások a szakrális tereket vizsgálják a módszertannal.

A turizmus területén leginkább a turizmusfejlesztés, illetve az új turisztikai desztinációk létjogosultságának vizsgálatakor hagyatkozhatunk a kognitív térképezés módszerére. A desztinációmenedzsment számára egy teljesen egyedi visszajelzést ad ez a módszertan az adott turisztikai termékekről, illetve a kommunikációs csatornák megfelelő hatékonyságáról, valamint az ismertség és a beazonosíthatóság mértékéről is. Hazai kutatások során vizsgálat alá kerülhet a turisztikailag kiemelt városok (Budapest, Debrecen, Pécs, Szeged, Miskolc, Győr) ikonikus épületeinek, helyszíneinek felismerése, illetve a marketingtevékenység során használt vizuális elemeinek beazonosítása. Nemzetközi kitekintésben utazási motívációkat is vizsgálhatunk a kognitív térképezés segítségével. Ezt akár más

tudományterülettel is kiegészíthetjük, így például a mozgóképeken (játékfilmekben) keresztül vizsgálhatjuk Európa, illetve más kontinensek filmes turisztikai célpontjait (London, Barcelona, Párizs, Róma, Los Angeles, Isztambul, New York, Sydney), ezek felismerhetőségét és utazást indukáló hatásait. Természetesen a módszertannal végzett vizsgálatok akkor a leghatékonyabbak, ha visszatérő jelleggel többször elvégzésre kerülnek, így nyomon követhetőek az adott térségben bekövetkezett változások, illetve a társadalom által generált változások is.

### Irodalomjegyzék

- Árva, L. – Deli-Gray, Z. (2011): *Posztmodern turizmus, a posztmodern marketing*. Kautz Gyula Emlékkonferencia, elektronikus formában megjelenő kötete.
- Bajmócy, P. – Csíkos, C. (1997): Európai országok népszerűsége egyetemi hallgatók körében. *Iskolakultúra*, Szeged, 6-7. sz., 71–77.
- Bálint, D. (2013): Dunaújváros, (tér)kép a fejekben. In: *Innováció és kreativitás a tudományban konferenciakötet: Romániai Magyar Doktoranduszok és Fiatal Kutatók Szövetsége*.
- Barna, B. (2004): Térképek szemiotikája. In: H. Varga Gyula (szerk.): *Kommunikáció és nyelvhasználat. Acta Academiae Pedagogicae Agriensis, az Eszterházy Károly Főiskola Tudományos Közleményei Új sorozat XXXI. kötet*, Eger: EKF Líceum Kiadó., 132–141.
- Csapó, B. – Czachesz, E. (1995): Európai fiatalok multikulturális attitűdjei. *Új Pedagógiai Szemle*, (12). 49–57.
- Cséfalvai, Z. (1990): *Térképek a fejünkben*. Budapest: Akadémia Kiadó.
- Cséfalvai, Z. – Fischer, W. (1990): Cigányzene és lakáshiány – sztereotípiák és a valóság ellentéte a Budapest-képben. *Földrajzi értesítő 1-4.*, 207–220.
- Didelon C. et al. (2011): A World of Interstices: A Fuzzy Logic Approach to the Analysis of Interpretative Maps. *The Cartographic Journal*, 48 (2), pp. 100–107. DOI: <https://doi.org/10.1179/1743277411Y.00000000009>
- Downs, R. – Stea, D. (1977): *Maps in Minds: Reflections on Cognitive Mapping*. New York: Harper and Row.
- Garda, V. (2009): A szubjektív térérzékeléssel kapcsolatos vizsgálatok elméleti háttere és alkalmazási területei. *Tér és Társadalom*, 23 (1), 43–53.
- Gold, J. (2009): Behavioural Geograph. In: E. & Kitchin, *International Encyclopedia of Human Geography*. Amsterdam: Elsevier, 282–293.
- Golledge, R. G. (2006): Philosophical bases of behavioral research in geography. In.: S. Aitken – G. Valentine: *Approaches to Human Geography*. London: Sage. 75–85. DOI: <https://doi.org/10.4135/9781446215432.n6>
- Gould, P. – White, R. R. (1974): *Mental Maps*. Harmondsworth: Penguin.



- Gulliver, F. P. (1908): Orientation of maps. *Journal of Geography*, 7, 55–58.  
DOI: <https://doi.org/10.1080/00221340808985373>
- Jóvér, V. – Bagdi, R. – Kóródi, M. (2019): Desztinációk ismertségének vizsgálata a lehatárolás összefüggéseiben. *Economica X. Új évf. 1.*
- Kiss, J. P. (2005): A mentális térkép. In.: J. Nemes Nagy: *Regionális elemzési módszerek. Regionális Tudományi Tanulmányok 11.* Budapest: MTA ELTE Regionális Tudományi Kutatócsoport, 96–98.
- Kiss, J. – Bajmócy, P. (1996): Egyetemi hallgatók mentális térképei Magyarországról. *Tér és Társadalom 10. évf. 2-3 sz.*, 55–68.
- Lakotár, K. (2004): Bennünk „élő” szomszédaink. Kognitív térképek tartalmi elemei a szomszéd országokról. *Iskolakultúra, 11*, 109–116.
- Letenyei, L. (2005): Településkutatás – A települési és térségi szervezés társadalomtudományos alapozása. Budapest: Ráció Kiadó.
- Letenyei, L. (2006): *Településkutatás I-II.* Budapest: TeTT könyvek.
- Lynch, K. (1960): *The Image of the City.* Cambridge, Massachusetts, Egyesült Államok: MIT Press.
- Michalkó, G. (1998): Mentális térképek a turizmus kutatásában, A magyar középiskolások Olaszország képe. *Tér és Társadalom, 12. évf. 1-2 sz.*
- Milgram, S. (1972): A Psychological Map of New York City. *American Scientist*, 60, 194–204.
- Peter, G. (1975): Acquiring spatial information. *Economic geography*. 51., 87–99.  
DOI: <https://doi.org/10.2307/143066>
- Rácz, A. (2012): *Szegregáció a fejekben. A statisztikai és a mentális társadalmi-és térbeli elkülönülés vizsgálata Szegeden.* Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem.
- Shaw, G. – Williams, A. (2004): *Tourism and Tourism Spaces.* London: SSGR Publications.
- Sipos, E. (2011): „Olvasható városok”, avagy a kognitív térképek módszerének használata egy konkrét városkutatási munka példáján. In.: Tudományos Évkönyv 2010: Merre tovább: gazdaság és társadalom, realitás és esély. *Budapesti Gazdasági Főiskola*, Budapest, 431–443.
- Tolman, E. (1948): Cognitive maps in rats and men. *Psychological Review*, 55, 189–208. DOI: <https://doi.org/10.1037/h0061626>
- Trócsányi, A. – Stefán, K. (2009): A pécsi fiatalok városképe és reprezentációja mentális térképek alapján. In.: J. Tóth, Z. M. Császár – A. Hasanovic-Kolutác: *Társadalomföldrajzi kutatások makro-mezo és mikrotérségekben.* PTE TTK FDI, Pécs: Publikon Kiadó, 127–138.
- Trowbridge, C. (1913): On fundamental methods of orientation and imaginary maps. *Science*, 38, 888–897. DOI: <https://doi.org/10.1126/science.38.990.888>